

образования в дореформенный период. Проанализированы цена потребления образовательных услуг в зависимости от временного фактора, от экономического эффекта (снижения издержек), от колебаний конъюнктуры. Показано, что уровень оплаты труда работников с высшим образованием должен быть в целом, безусловно выше уровня оплаты труда работников не имеющим его.

Цена потребления образовательных услуг для общества наиболее серьезно зависит, в отличие от цены потребления для других категорий потребителей, от наличия воздействия «длинных» (растянутых во времени) колебаний соотношения между спросом и предложением на образовательные услуги. Эти колебания носят волновой характер.

Из-за волновых колебаний конъюнктуры на рынке трудовых ресурсов и образовательных услуг проигрывает общество в целом. Современный рыночный инструментарий должны использоваться не в корректирующем, а в упреждающем стиле. Для этого их использование должно базироваться на прогнозе поведения рынка.

В частности, о таком важном рыночном инструменте как варьирование цены продаж образовательных услуг с целью воздействия на конъюнктуру рынка всерьез можно говорить только после установления образовательным учреждением реальных рыночных цен на образовательные услуги.

Д.С. Виноградова

Уральский государственный экономический университет

СВОП: СДЕЛКА КУПЛИ-ПРОДАЖИ ИЛИ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Своп (swap – «обмен») – соглашение между двумя контрагентами об обмене в будущем платежами в соответствии с определенными в контракте условиями. В строгом смысле слова своп нельзя отнести непосредственно к рынку ценных бумаг, так как в его основе не лежит какая-либо ценная бумага. Кроме того, контракт своп можно определить также как соглашение между сторонами, направленное на обмен денежными платежами, основанными на различных процентных ставках, биржевых котировках или ценах, исчисленных на основании денежной суммы, зафиксированной в договоре.

Экономическая сущность сделок своп состоит в хеджировании издержек или доходов, связанных с обладанием базисным активом (иностранной валютой, кредитным портфелем или обязательствами, ценными бумагами) без потери права собственности на базисный актив. Передача издержек или доходов обычно осуществляется периодическими платежами, а не одновременно, и практически всегда даты платежей «привязаны» к соответствующим датам платежей по базисному активу.

Исходя из вышеназванных особенностей, можно сделать вывод, что нельзя считать своп двумя сделками купли-продажи базисного актива (в отличие от РЕПО), поскольку предметом договора купли-продажи является вещь (п. 1 ст. 454 ГК РФ), а предметом своп могут быть, помимо имущества еще и нематериальные объекты – платежи по долговым обязательствам, платежи, обусловленные юридическими факторами, а также платежи, производные от иных сделок.

При продаже предмет договора купли-продажи обычно передается в собственность покупателю, а в сделках своп это необязательно, хотя и возможно. Такой обмен имеет смысл при использовании в качестве цены одной части сделки своп рыночных цен или показателей, производных от рыночных цен, а в качестве

цены другой части своп – либо фиксированных цен, либо цен безрисковых инструментов. Одна из сторон своп всегда получает больше другой. Возникающую разницу часто называют платой за риск. Иногда в дополнение к такой плате за риск одна из сторон вносит премию, которая позволяет вступать или не вступать в отношения по поводу передачи доходов по своп. В этом случае своп называют еще свопционом, поскольку он обладает чертами как опциона, так и своп.

Сделки своп из-за своей уникальности часто не могут быть стандартизированы, поэтому обычно являются внебиржевыми. Имеющиеся в мировой практике стандартизированные рамочные соглашения (ISDA) лишь подтверждают этот факт. Таким образом, своп, очевидно, является единой операцией. Следовательно, такая операция считается единым финансовым инструментом срочных сделок.

Н.В. Войтенко

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В ХОЛДИНГЕ

Проблема управления финансами в холдинге становится все более актуальной. Многие руководители не обладают своевременной, достоверной и полной информацией, которая позволила бы им принимать взвешенные и обоснованные решения, позитивно влияющие на финансовые показатели.

Планирование в организациях носит, как правило, фрагментарный характер и не рассматривается в качестве комплексной управленческой технологии. Развитие бизнеса неминуемо приводит к усилению конкуренции, поэтому важным конкурентным преимуществом может стать система управления, которая позволяет принимать решения, основываясь на объективных показателях, которые характеризуют результаты деятельности. Решением этой проблемы может стать бюджетирование.

Под бюджетированием следует понимать: во-первых, планирование деятельности организации с помощью бюджетов, т.е. утверждение внутренних документов, которые в систематизированной форме характеризуют деятельность организации и её структурных подразделений; во-вторых, технологию, направленную на повышение обоснованности принимаемых решений, связанных с реализацией управленческой функции. При этом обоснованность определяется финансовой целесообразностью того или иного управленческого воздействия.

Для формирования эффективной системы бюджетирования в холдинге необходимы:

- определение стратегических целей деятельности холдинга;
- разработка финансовой структуры и её комплексный анализ;
- установление комплекса финансовых показателей, выступающих критерием успешности деятельности холдинга за планируемый период;
- описание управленческой учетной политики, создание классификатора доходов и затрат;
- определение архитектуры бюджетной системы и реализация бюджетного управления;
- контроль над исполнением бюджета.

Реализация указанных мероприятий позволит сформировать эффективную систему бюджетирования, улучшить финансово-экономические показатели хозяйственной деятельности, что, безусловно, повысит рыночную стоимость организаций холдинга.